

美国电影业考虑 缩短影院窗口期可能带来的影响

■编译/如今

美国分析人士说,《魔发精灵2》(Trolls World Tour)的优质视频点播(PVoD)引发了环球影业和AMC连锁影院之间前所未有的公开竞争,这预示着在电影院重新开放后,影片在影院上映同期或者中期就将面临流媒体平台的票房侵蚀。

此外,由于美国电影业正在考虑可能出现的排挤现象,因此许多人认为,随着制片公司更加专注于将赌注押在系列影片和银行认可的IP上,将电影放到影院发行可能会变得更加困难,而视频点播平台将成为中等预算的独立电影的首个宣传窗口。

NBC 环球公司(NBCU)首席执行官杰夫·谢尔(Jeff Shell)在宣布《魔发精灵2》在其数字点播版本的平台上前三周的表现中超出了预期时,引起了轰动。据报道,这部影片收获了9500万美元的销售额。谢尔表示公司本希望在影院上映这部影片,但是影院关闭后希望在视频平台上按需点播时,激怒了放映界。

这些言论引起了全球最大的电影院集团 AMC 公司 CEO 亚当·阿隆(Adam Aron)的激烈反应。他向环球公司的电影娱乐集团董事长唐娜·兰利(Donna Langley)公开致词,并表示放映商正在禁止环球影业的影片在其全球影院中上映。

第二天,富豪影业旗下 Cineworld 连锁影院回应了这一观点,当时环球影业和全国电影院业主协会(National Theatre of Theatre Owners)都参与了争论,相互呛声并使得在电影院关闭之后一直不睦的关系更加恶化。



《魔发精灵2》



《小黄人大眼萌:神偷奶爸前传》



《007:无暇赴死》

“我简直无法想象 AMC 或 Cineworld 不会放映《007:无暇赴死》”

大多数业内人士认为,一旦大家的头脑都冷静下来,此事将自行解决。正如一位发行资深人士所说:“AMC 可能会为了惩罚环球影业而不上他们的几部电影,但环球影业在国际市场上拥有的最大票房‘炸弹’是詹姆斯·邦德系列电影《007:无暇赴死》。我只是无法想象 AMC 影院或 Cineworld 影院不会放映那部电影。”

该片作为第 25 部 007 影片已经推迟到 11 月上映,将通过 UAR 发行公司在美国放映,并通过环球影业在全球其他地区上映。内部人士同情 AMC 公司,据报道,该连锁影院在 3 月中旬因新型冠状病毒大流行而关闭,在此之后面临破产。AMC 公司无法与一家由电信巨头在背后支持的、拥有丰富片源的电影公司对抗。

在现金流失、没有收入、极度缺乏新库存的情况下,当电影院重新开大门时,电影业的产能可能只能达到 25%-30% 左右,AMC 公司无法承受不放映《007:无暇赴死》带来的损失,更不用说环球影业计划在 2021 年暑期档上映的系列影片《速度与激情 9》、《侏罗纪世界 3: 统治》(Jurassic World: Dominion)和《小黄人大眼萌:神偷奶爸前传》(Minions: The Rise Of Gru)。

还有一些谣言称,AMC 公司破产,该公司官方已经辟谣。

“焦虑发怒是末日到来之前的最后一种情绪。”Patriarch 组织和声誉管理顾问公司(Patriarch Organization and Reputation Management Consultants)的 CEO、董事长兼投资和金融专家埃里克·希弗(Eric Schiffer)说,他相信如果 AMC 公司希望环球影业能依赖自己的影院放映,那么他们的态度会缓和的。“内容产品合作伙伴仅因您遭受痛苦而要

陪着遭受痛苦是不公平的。”

制片公司的消息人士称,环球影业无意绕过《魔发精灵2》的影院放映窗口,并解释说,随着 4 月 10 日的影院上映日期临近,加上已经花掉的营销成本和昂贵的赞助费用,他们别无选择只能将其营销支出用于视频点播平台的发布。

环球影业在缩短影院窗口期方面一直是最激进的好莱坞电影制片公司,平均距其几年前的 120 天窗口期减少到了 90 天。2011 年,该公司试图在影院窗口上映三周后在视频点播平台上推出本·斯蒂勒-埃迪·墨菲(Ben Stiller-Eddie Murphy)主演的喜剧片《高楼大劫案》(Tower Heist),最终在放映公司的威胁下退缩了。

然而,在过去的九年中,行业发生了巨大变化。流媒体和数字平台现在提供了经过验证的、有利可图的替代方案,随着用户群的增长,特别是在没有影院做替代方案的时候。

“自《高楼大劫案》以来,(环球影业)一直在投石问路,他们希望进行分析以了解如果《魔发精灵2》绕过影院发行会发生什么。”Exhibitor Relations 公司的高级媒体分析师杰夫·博克(Jeff Bock)说。“这就是他们的母公司康卡斯特(Comcast)业务的本质。令人惊讶的是,他们根本没有公布任何数据……他们不需要公布这些数据,他们当然也不需要吹牛。他们在视频点播平台上发行的决定证明了数据不错。”

“电影院从来不希望这样的数据出现,因为他们想保留 90 天或 75 天的(独家影院放映)窗口。”博克继续说道,“他们不自己制作内容产品,如果依靠其他人提供内容,那么在杠杆方面,总是受制于人的。”

观众需求

凭借对电影在视频点播平台上放映的分析,当环球影业公司的贾德·阿帕托喜剧片《史坦顿岛之王》于 6 月 12 日在视频点播平台上首次亮相时,NBCU 很快就会获得观众对 R 级电影的需求数据。这部影片在西南偏南文化节取消之前,原定于在该活动上首映,并定于 6 月 19 日在影院上映。

“我不认为有人会为此而呐喊,但是对于环球影业而言是有价值的,他们这部 R 级影片在视频点播平台上上映时可以获得数据进行分析,”博克指出,“我认为这部影片将在影院首映做得更好。这不是抓住了机会吗?流媒体平台上有很多钱,因为人们坐在家拿着钱包等着。许多人愿意花 20 美元让他们的家人看电影休闲一个晚上,并使之成为一项特殊的活动。你可以在家看《史酷比狗》(Scoob!, 华纳兄弟公司),现在是《史坦顿岛之王》。”

“在我看来,(环球影业)似乎对此感到担心,因此决定将这部影片放到视频点播平台上放映,而不是将钱花在影院的发行上,”一位高管说,“《魔发精灵2》是另外一回事——这是一部在疫情期间上映的家庭影片,这是他们已经花费了 5000 万美元的作品。但是《史坦顿岛之王》原定于 6 月份上映,所以为什么不等到影院上映呢?”

“某些电影将被降级为流媒体平台放映或高端视频点播放映,而不是影院上映的电影。”该高管指出,“对于某些电影而言,他们会觉得投资不值得,或者他们将开始为高端视频点播平台放映拍摄某些电影。我觉得不会有太多影院和点播平台同步上映的影片,但是影院独家窗口期可能会更短,例如 30 或 45 天。”

同样吸引电影制片公司的还有收入分流:电影制片公司从数字租赁或购买收入中获得大约 80% 的回报,而在影院上映时与放映公司的收益分成大约为 50%。

该高管补充说,视频点播平台可能会成为中等预算的独立影片的首选放映窗口,而制片公司可能会开始从风险较高的电影院影片中退出更多的投资,这将会让影院影片变得更难制作,除了看似收益最稳定的大投资系列影片之外。

希弗也看到了这种向视频点播的转变,并期望随着电影公司的母公司试图从影院票房的损失中弥补成本,因此预计视频点播和流媒体放映的交易价格将会上涨。

观察家指出,由于需要提高知名度和必不可少的因素,因此在视频点播平台上优先发行影片的营销支出可能会像在影院上映的发行中一样高或几乎一样高。

《信条》和第一部暑期档 续集类影片必须达到目标

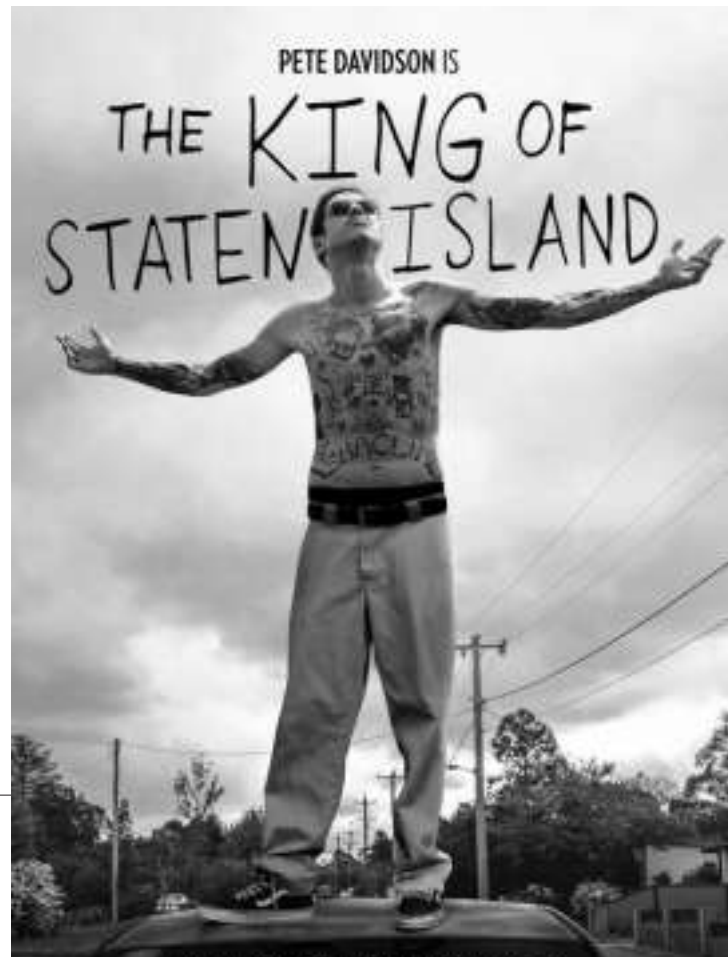
电影院和整个电影行业都在等待 7 月 17 日,这是华纳兄弟计划发行《信条》的日子,《信条》是克里斯托弗·诺兰(Christopher Nolan)最新的科幻片,由罗伯特·帕丁森(Robert Pattinson)、约翰·大卫·华盛顿(John David Washington)、伊丽莎白·德比基(Elizabeth Debicki)和迈克尔·凯恩(Michael Caine)主演。这部电影在这一年中的任何时候上映都将是一部轰动一时的电影,尽管它有明显的忠实影迷群体,但如果这部电影能够吸引观众再次回到电影院,“观察家们说,“现在比以往任何时候都更需要谨慎的目标消费者认为重回电影院是值得冒险的事情。”

Patriarch 组织和声誉管理顾问公司的希弗指出,尽管新冠病毒疫情的持续存在标志着“美国电影史上最大的毁灭性灾难”,但影院的体验将重新吸引观众。“可能会有影院放映的复兴,但影院会减少,而且可能变得更加豪华。”他说,“影院将会进一步合并,单个影院的收入将减少。然而,电影院永远不会完全消失,因为观众对电影抱有怀旧之情,使影院能够发出充满情感、吸引人的能量。”

NBC 环球公司的负责人谢尔意识到影院上映的续集类大片的价值——这就是为什么环球影业将《速度与激情 9》推入 2021 年暑期档而不是将其做高端视频点播发行的原因。然而,谢尔和他的康卡斯特公司薪酬主管都对视频点播业务持乐观态度,观察家注意到,即使谢尔在《魔发精灵2》爆炸性言论发表后的第二天在康卡斯特财报电话中做了更具外交口吻的说明,但这纯粹是语言游戏。通过宣布影院和视频点播发行可以相互补充,他没有改变自己的态度。



《信条》



《史坦顿岛之王》